

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Komunikasi Massa

Menurut para ahli ilmu komunikasi, komunikasi massa merupakan proses penyampaian ide, informasi dan sikap kepada khalayak banyak. Disebut komunikasi massa, karena metode komunikasi ini umumnya memerlukan alat mesin yang diklasifikasikan ke dalam istilah media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Komunikasi massa umumnya digunakan sebagai upaya promosi, baik promosi nilai atau produk, penyampaian berita, ilmu, informasi penting, dan lain sebagainya (Suprpto, 2009: 18) .

Berbeda halnya dengan pendapat ahli psikologi sosial, menurut Suprpto (2009: 18-19) mereka (ahli ilmu psikologi sosial) menganggap komunikasi massa tidak selamanya harus menggunakan alat mesin yang diklasifikasikan sebagai media massa. Komunikasi massa juga bisa terjadi secara langsung, bertatap muka di ruang publik, misalnya pada rapat, atau pidato dalam kerumunan orang banyak sudah dapat disebut sebagai komunikasi massa. Para ahli psikologi sosial ini, menganggap arti massa merupakan sekumplan orang banyak, yaang terhubung secara langsung di suatu area ataupun dihubungkan melalui media massa.

Karena penelitian penulis merupakan penelitian Ilmu Komunikasi, jadi uraian yang penulis gunakan sebagai rujukan utama adalah pendapat ahli ilmu komunikasi, dengan segala batasan-batasan yang telah penulis sebutkan. Menurut

Suprpto (2009: 19) meski komunikasi massa mempunyai kelebihan dalam hal jangkauan yang lebih luas, namun dalam prakteknya, upaya komunikasi massa mempunyai beberapa poin penting untuk diperhatikan, yaitu:

- a. Pelaku komunikasi massa dihadapkan pada beban yang cukup berat dalam menyampaikan ide atau informasi pada *audience* nya. Hal ini dikarenakan pelaku komunikasi massa tidak mengenal secara personal para *audience* nya yang beragam dan berbeda-beda, baik secara agama, budaya, ras, status ekonomi dan lain sebagainya.
- b. Jika dibandingkan dengan komunikasi interpersonal, komunikasi massa lebih sukar memperoleh *feed back* dari para pendengarnya. Hal ini dikarenakan para pendengar, penonton atau pembaca konten komunikasi massa yang luas dan tidak kenal secara personal dengan para pelaku komunikasi massa.
- c. Jika dibandingkan dengan komunikasi interpersonal, komunikasi massa mempunyai potensi yang lebih besar dalam hal penyalah artian isi pesan komunikasinya. Misal kadang kala *audience* atau komunikan enggan untuk melanjutkan sebuah siaran radio dan televisi yang baru setengah ditonton, hanya karena tidak menyukai pembukaan isi pesan yang disampaikan atau tidak menyukai pembawa acaranya.

2.1.2 Komunikasi Interpersonal sebagai Solusi Konflik

Komunikasi Interpersonal atau yang juga dikenal dengan istilah komunikasi antarpersonal atau antar pribadi, merupakan sebuah komunikasi yang melibatkan 2

atau sekelompok kecil orang. Yang membedakan komunikasi personal dengan komunikasi massa terdapat pada kedekatan komunikator dan komunikannya. Komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi interpersonal umumnya mempunyai kedekatan personal dalam kehidupan sosial sehari-hari, misalnya antar anggota keluarga, teman sebaya, relasi kerja, pasangan dan lain sebagainya (Lilweri, 2017: 26).

Komunikasi interpersonal umumnya berjalan dua arah. Pengirim pesan dapat dengan mudah mendapatkan *feed back* dari lawan bicaranya. Komunikasi jenis ini pada dasarnya merupakan jenis komunikasi yang harus diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Lilweri, (2017: 26-27) komunikasi interpersonal merupakan sebuah jalan untuk meningkatkan dan membangun kedekatan antar individu, membangun simpati dan empati, serta bisa menjadi solusi sebuah konflik.

Dalam kaitannya komunikasi interpersonal sebagai solusi sebuah konflik, penulis ingin terlebih dahulu sedikit mengulas seputar konflik. Konflik-konflik yang terjadi di lingkungan sosial, pada dasarnya tidak selalu bersifat antar individu atau bersifat *bottom up* yang umumnya disebut sebagai konflik antara masyarakat dan pemerintah. Konflik juga kerap kali terjadi di lingkungan sosial sekitar yang disebabkan berbagai macam faktor, mulai dari perbedaan status sosial, ras, agama, pilihan politik, dan lain sebagainya. Selain konflik konflik tersebut, ada sebuah konflik yang disebut konflik batin. Menurut Halverstadt (2002: 84) konflik batin adalah konflik yang terjadi di dalam diri individu yang disebabkan adanya beberapa gagasan atau perasaan yang saling bertentangan di dalam dirinya. Konflik batin pada dasarnya dapat mengganggu ketenangan mental seseorang. Konflik jenis ini beresiko

membuat seseorang menjadi despresi, frustrasi, bahkan efek yang paling ekstrem, dapat menyebabkan seseorang bunuh diri.

Salah satu contoh konflik batin, dapat penulis temui dari objek penelitian ini, yaitu konflik batin yang dialami Juli. Pada saat Juli mengetahui dirinya hamil di luar nikah, dia mengalami pergumulan batin yang cukup kuat. Dia dihadapkan pada pilihan aborsi atau mempertahankan janinnya di saat dia baru lulus kuliah, yang terbilang masih belum terlalu dewasa dan mapan. Dalam kasus yang dialami Juli, komunikasi interpersonal yang bersifat diadik (antara orang-orang dekat) sangat diperlukan guna mengakhiri konflik batinnya. Beruntung pihak keluarga Juli dan keluarga pacar Juli yang bernama Jojo begitu mengedepankan komunikasi interpersonal dalam anggota keluarganya, sehingga konflik batin yang dialami Juli dapat berakhir bahagia, tanpa melakukan prosedur aborsi.

Contoh dalam objek penelitian ini, menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal sangat diperlukan untuk mengatasi berbagai macam konflik, terutama konflik batin. Menurut Kusuma (2017: 51) Kurangnya komunikasi interpersonal yang positif antar anggota keluarga akan memberikan dampak buruk bagi anggota keluarga tersebut, terlebih lagi jika hal ini terjadi antara anak dan orang tua. Oleh karena itu, adanya komunikasi interpersonal dan saling keterbukaan antara orang-orang terdekat sangatlah diperlukan guna mereduksi atau bahkan menghilangkan konflik.

2.2 Media Massa

2.2.1 Definisi Media Massa

Media massa dapat didefinisikan sebagai sarana yang menjadi tempat publikasi hasil dari berbagai macam aktivitas jurnalistik. Media massa adalah *term* yang dipergunakan oleh khalayak dalam mereferensi pusat dipublikasikannya berbagai macam berita (Yunus, 10:26),

Menurut dictionary.com, media masa diartikan sebagai media komunikasi yang mempunyai kapasitas untuk menyampaikan informasi terhadap khalayak banyak. Komunikasi yang disampaikan melalui media massa ini selanjutnya disebut komunikasi massa. (<http://www.dictionary.com/browse/mass--media>).

definisi media massa akan menjadi begitu luas jika kita lihat dari bentuk dan fungsinya, namun tetap dapat disimpulkan bahwa media massa adalah bentuk sarana komunikasi guna mempublikasikan atau menyalurkan berbagai macam informasi pada khalayak luas. Informasi ini diharapkan dapat diterima oleh khalayak dan dapat menimbulkan dampak perubahan.

Media massa, terdiri dari berbagai macam bentuk, meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Ketiga jenis media tersebut terbagi dalam berbagai macam bentuk juga, seperti media cetak yang manifestasinya dapat dilihat dari publikasi buku, koran, majalah, *flaye*, dan lain sebagainya. Media elektronik juga terdiri dari beberapa bentuk, misalnya radio dan televisi, pun media online juga mempunyai beberapa bentuk seperti blog, web dan media sosial (Yunus, 2010:27).

2.2.2 Jenis-Jenis Media Massa

Dalam buku *Media Impact: An Introduction to Mass Media*, Shirley Biagi (2007: 9-10) berpendapat bahwa media massa mempunyai 8 jenis. Ke 8 jenis media

massa ini mempunyai target dan segmentasinya masing-masing, pun cara mengaksesnya dilakukan dengan cara yang berbeda-beda. Berikut ke 8 jenis media masa seperti yang diturkaan Biagi:

1. Buku

Buku merupakan jenis media massa yang pada umumnya dipublikasikan oleh pengarang atau penulis melalui jasa penerbitan buku. Pada umumnya buku didistribusikan melalui toko buku, perpustakaan, pameran buku, club pecinta buku, lembaga pendidikan dan tak jarang juga dipasarkan secara online. Buku biasanya terdiri dari beberapa komponen, seperti cover, isi dan sinopsis di cover belakang.

2. Koran

Koran atau yang juga dikenal sebaagai *newspapers* adalah jeniss media massa dengan frekuensi *daily publication* atau penerbitan harian. Umumnya korang didistribusikan di waktu pagi atau sore melalui jasa antar korang, toko buku, dan minimarket. Koran pada umumnya menyaaajikan berbagai macam informasi aktual yang dikemas dalam berbagai macam konten berbeda per halamannya.

3. Majalah

Sama halnya seperti koran dan buku, majalah juga merupakan bentuk dari media cetak, namun diterbitkan dengan bentuk yang lebih menarik dan kaya akan visual foto. Umumnya majalah diterbitkan mingguan dan bulanan serta bisa didapatkan di toko buku, dan minimarket tertentu.

4. *Recording*

Industri recording atau rekaman juga termasuk salah satu media massa. Industri ini biasanya menghasilkan produk audio seperti musik dan lain sebagainya. Industri recording dewasa ini biasanya disalurkan dalam bentuk kaset CD dan disalurkan melalui internet juga.

5. Radio

Radio merupakan media masa yang mempunyai kapasitas menyampaikan informasi terhadap masyarakat melalui media audio atau suara dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik.

6. Film

Film merupakan media massa yang juga termasuk dalam seni audio visual. Berdasarkan jenisnya, film terbagi menjadi beberapa macam, seperti film fiksi, film non fiksi, film dokumenter (real), dan lain sebagainya. Film biasanya didistribusikan melalui bioskop, kaset CD/DVD dan internet.

7. Televisi

Televisi adalah salah satu bentuk media komunikasi massa yang selain mempunyai daya tarik yang kuat, disebabkan unsur-unsur kata, musik, *sound effect*, juga memiliki keunggulan yaitu unsur visual berupa gambar hidup yang dapat menimbulkan pengalaman mendalam bagi pemirsanya. (Effendy,1994:192)

8. Internet

Internet adalah media komunikasi modern yang dijalankan melalui sistem komputerisasi dan terhubung melalui sistem global *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*.

2.2.3 Fungsi Media Massa

Media massa mempunyai peran yang begitu besar dalam kehidupan sosial, terutama bagi masyarakat modern yang mempunyai peran penting dalam berbagai macam bidang. Media massa setidaknya mempunyai 6 macam peran dan fungsi, yaitu.(McQuail, 2010:66):

1. Media sebagai *window on event and experience*, yang berarti sebuah instrumen yang memungkinkan khalayak mengetahui berbagai macam informasi, ilmu dan pengalaman tanpa harus berada di pusat atau tempat informasi dan peristiwa tersebut dibuat atau terjadi.
2. Media sebagai *mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Media dianggap sebagai instrumen potret kehidupan yang menampilkan berbagai realita kehidupan dari berbagai macam bentuk, baik yang berupa isu politik, konflik, hiburan, kekerasan dan lain sebagainya. Terlepas khalayak suka atau tidak, realitas ini merupakan *angle*, arah dan *framing* yang diputuskan oleh orang-orang di balik media dengan tujuan tertentu, dan khalayak sebagai targetnya tidak mengetahui secara penuh dari tujuan-tujuan yang diinginkan para profesional media ini.

3. Media massa sebagai *gatekeeper* atau filter yang tugasnya menyeleksi berbagai macam informasi. Tujuannya adalah untuk memilihkan informasi yang tepat guna dilepaskan pada khalayak. Artinya media massa pada akhirnya adalah pihak yang dapat memilihkan informasi yang layak dan tidak layak diketahui oleh masyarakat.
4. Media massa sebagai *guidence* yang dapat menunjukkan dan menerjemahkan arah informasi dari berbagai macam kesalahan dan ketiaktepatan.
5. Media massa sebagai komunitas atau forum yang merepresentasikan berbagai macam jenis informasi dan ide pada masyarakat luas, agar nantinya terjadi umpan balik dan tanggapan dari khalayak.
6. Media massa sebagai *interlocutor*, yang menjadikan media tidak hanya sebagai pusat informasi, melainkan juga sebagai partner komunikasi yang bertujuan untuk membentuk komunikasi yang berjalan secara interaktif.

2.2.4 Media Sosial

Media sosial adalah perwujudan era baru perkembangan dunia internet. Media sosial umumnya berbentuk aplikasi berbasis internet yang juga digunakan sebagai sarana komunikasi (Kaplan Haenlein, 2010: 59). Dengan adanya media sosial, setiap orang kini bebas untuk menyampaikan hasil pemikiran dan kreativitasnya secara bebas tanpa harus melalui media publisher, oleh karena itu

media sosial memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran *usergenerated conten*.

Menurut

urban

dictionary

(<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Social+Media>), media sosial merupakan dimensi kehidupan lain dari masyarakat. Sejak adanya media sosial, kehidupan masyarakat telah dibedakan menjadi dua dimensi, yaitu *real life* dan *social media life*, maka tak heran jika media sosial dianggap sebagai bentuk kehidupan kedua dari masyarakat, sebab gaya hidup masyarakat modern tidak hanya berinteraksi di dunia nyata saja, namun saat ini mereka sudah bisa berinteraksi melalui media sosial, dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya media sosial, masyarakat tidak hanya dapat menyimak, melainkan juga dapat membuat *direct content*.

Sebagai bagian dari manifestasi media komunikasi, media sosial juga mempunyai peran dan fungsi yang tidak berbeda dari media komunikasi lain, misalnya dapat menjadi media kampanye, media bisnis, media hiburan, media berbagi informasi, serta dapat menghubungkan banyak orang (Sanjaya, Wibowo, Adi, 2010: 65-77). Media sosial juga dianggap memiliki dua dampak yang berlawanan, yaitu dampak positif dan negatif. Beberapa dampak positif dari adanya media sosial adalah memudahkan akses pertukaran informasi antara individu dan memudahkan transaksi bisnis, sedangkan dampak negatifnya adalah maraknya peristiwa *cyber crime*, penyebaran konten porno, pelanggaran etika dan tata bahasa yang benar, dan mengurangi intensitas interaksi di dunia nyata. (<https://ugm.ac.id/id/berita/11234-mengoptimalkan-peran-media-sosial>).

Jenis-jenis media sosial dewasa ini cukup beragam, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, dan beberapa jenis media sosial lainnya. Umumnya, media sosial ini dibedakan berdasarkan fitur yang disesuaikan dengan minat setiap pengguna yang berbeda-beda, misalnya facebook adalah media sosial yang paling general digunakan untuk berbagi tulisan, foto, dan video, ada juga Youtube yang merupakan media sosial dengan segmentasi para *video creator* dan para peminatnya.

2.2.4.1 Media Sosial Sebagai Instrumen Pendidikan

Sejak awal dekade 2000 an, perkembangan media internet kian maju pesat. Hal tersebut ditandai dengan munculnya berbagai macam platform media sosial yang dapat digunakan untuk berinteraksi jarak jauh via virtual melalui jaringan internet. Bermula dari munculnya media sosial *Friendster* dan *Yahoo Messenger*, kemudian muncullah beberapa platform media sosial lainnya seperti *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan beberapa media sosial populer lainnya.

Berdasarkan laporan statista.com Facebook menjadi media sosial dengan pengguna terbesar di dunia, dengan kurang lebih 2,5 milyar pengguna aktif. Urutan kedua diraih oleh Youtube dengan 2 miliar pengguna aktif pada 2019. Urutan ketiga diraih oleh Instagram dengan user mencapai lebih dari 1 miliar di tahun yang sama. Urutan ke empat media sosial dengan pengguna aktif terbanyak adalah Twitter dengan jumlah pengguna mencapai 330 juta pada tahun yang sama. Media sosial ini

pada akhirnya tidak hanya menjadi media interaksi antara teman, melainkan juga menjadi bagian dari media masa yang mempunyai kontribusi besar dalam berbagai macam bidang, salah satunya bidang pendidikan.

Berbicara seputar pendidikan, tentunya akan membutuhkan ulasan yang begitu luas. Seperti yang kita ketahui, jenis pendidikan dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu pendidikan formal, non formal dan informal. Pendidikan formal merupakan jenjang pendidikan yang digunakan sebagai rujukan standarisasi pendidikan sebuah negara, yaitu setingkat sekolah hingga perguruan tinggi. Pendidikan non formal adalah pendidikan di luar lembaga formal, misalnya di lembaga kursus tertentu di luar jam sekolah. Jenis pendidikan terakhir yang tak kalah penting, adalah pendidikan informal, yaitu life long education yang didapatkan dari anggota keluarga dan lingkungan sekitar sejak seseorang lahir, hingga meninggal (Tim Pengembang Ilmu Pendidikan UPI, 2007: 11).

Media sosial saat ini telah menjadi aplikasi yang mendukung antusiasme dalam ruang bersama seputar minat berbagi, kolaborasi, komunikasi, dan interaksi, dan belajar. Terlepas dari segala macam dampak buruk media sosial, banyak tenaga pengajar yang telah memberi justifikasi bahwa media sosial turut mendukung proses belajar mengajar, baik belajar formal, informal dan non formal, misalnya dalam hal berbagi tulisan, berbagi materi, berbagi sumber literatur visual, menonton tayangan edukasi dan film dokumenter, dan contoh-contoh lainnya. Satu hal yang harus digaris bawahi, mengingat banyaknya konten dengan berbagai muatan di media sosial, para

wali, baik wali di sekolah, di lembaga kursus dan wali di rumah, perlu untuk memantau konten media sosial bagi anak di bawah umur (Devi, 2019: 101)

2.2.4.2 Youtube Sebagai Instrumen Pendidikan Seksual

Salah satu subjek pelajaran yang paling tabu bagi sebagian besar kalangan adalah subjek seputar pendidikan seksual. Tidak hanya di negara berkembang, di negara maju sekelas Amerika Serikat dan Inggris, pendidikan seksual masih dianggap tabu. Banyak orang tua yang berfikir bahwa pendidikan seksual adalah sebuah materi yang akan mengajarkan anak berhubungan seksual, padahal pada kenyataannya pendidikan seksual begitu luas cakupannya, mulai dari materi yang berhubungan dengan kesehatan reproduksi, materi yang berhubungan dengan area privat selain alat reproduksi, materi seputar *self defense* yang berkaitan dengan kekerasan seksual dan lain sebagainya (Kirnandita, 2018, Tirto.id)

Dikutip dari halaman Tirto.id, BBC pernah merilis sebuah hasil survei yang diadakan di situs *BabyChild* , dengan 1.700 orangtua anak usia 5-11 sebagai respondennya pada tahun 2017. Hasilnya, sebanyak 59% dari responden ini tidak setuju dengan pendidikan seks untuk anak dengan alasan tidak pantas menyampaikannya kepada para buah hati mereka. Hal serupa juga pernah dilakukan salah satu organisasi nirlaba *National Education Union* (NEU) dengan 560 jumlah responden yang bekerja di dunia pendidikan Inggris. Hasilnya, sebanyak 29% responden yang yakin untuk mengimplementasikan pendidikan seksual di sekolah dasar hingga menengah.

Kondisi minimnya tingkat kesadaran tenaga pendidik dan orang tua akan pentingnya pendidikan seksual, pada akhirnya membuat anak-anak dan remaja mencari tahu sendiri seputar materi ini. Akan menjadi baik jika sumber yang mereka dapatkan adalah sumber yang benar-benar informatif dan edukatif, namun hal sebaliknya akan terjadi jika sumber yang mereka dapatkan adalah sumber yang tidak relevan yang cenderung menstimulasi hasrat seksual yang tidak wajar.

Terlepas dari berbagai ulasan survey di atas, ada satu *platform* media sosial yang dianggap paling tepat untuk memberikan edukasi terhadap khalayak umum. Platform media sosial ini adalah *Youtube*. Youtube merupakan platform *video sharing* asal Amerika Serikat yang pertama kali muncul pada tahun 2005. Platform ini dibuat oleh Jawed Karim dan kawan-kawannya. Dikutip dari givingcompass.org, ada beberapa alasan, mengapa *Youtube* merupakan *platform* yang tepat untuk dijadikan instrumen pendidikan seksual yang komprehensif, yaitu:

- a. Memunyai user yang banyak dan luas, dengan sekitar 2 miliar pengguna dari berbagai kalangan dan usia yang tersebar di seluruh dunia.
- b. Membatasi konten abusif yang mempromosikan *free sex behaviour*, *nudity*.
- c. Dapat diakses oleh banyak kalangan, dimana saja tanpa harus bertatap muka dengan para ahli pendidikan seksual, sehingga dalam hal ini, penerima pesan tidak akan merasa canggung saat mendengarkan konten edukasi seksual.

- d. Materi dan visualisasi yang menarik yang datang dari berbagai macam kreator

2.3 Konsep Juvenile Delinquency

Juvenile Delinquency adalah sebuah istilah hukum dan psikologi yang merujuk pada kenakalan individu di masa remaja awal 12-18 tahun dan masa remaja akhir atau dewasa awal 18-20 tahunan. Ada beberapa ahli yang membatasi masa dewasa awal hingga usia 20, ada juga yang membatasi hingga usia 25 dan 27. Menurut Shoemaker (2013: 3-4) *Juvenile Delinquency* terbagi ke dalam dua bagian tingkatan, yaitu tingkat ringan dan tingkat berat. *Juvenile Delinquency* tingkat ringan umumnya dilakukan oleh remaja dalam beberapa bentuk pelanggaran yang tidak bertentangan dengan hukum negara, seperti kabur dari rumah, bolos sekolah dan lain sebagainya. Berbeda dengan *Juvenile Delinquency* tingkat berat yang merujuk pada kasus kenakalan yang melanggar hukum negara, seperti penggunaan obat-obatan terlarang, pencurian, vandalisme, pembunuhan dan berbagai macam kasus lainnya.

Juvenile Delinquency mempunyai beberapa faktor stimulus. Faktor ini ada yang disebabkan oleh faktor bawaan dan faktor pengaruh lingkungan. Berikut beberapa faktornya yang penulis rangkum melalui tabel:

Tabel 2.1 Tabel Faktor *Juvenile Delinquency*

No	FAKTOR	PENYEBAB
1.	<i>Physical Factors</i>	a. Kurang istirahat b. Gizi buruk

		<ul style="list-style-type: none"> c. Kecanduan obat d. Kecanduan alkohol e. Kecanduaan rokok f. Cacat sensorik g. Dll
2.	<i>Mental Factors</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Bawaan intelegensi khusus b. Cacat mental c. Trauma pengalaman seksual d. Konflik batin e. Dll
3.	<i>Home Factors</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Perceraian orang tua b. Minimnya perhatian raang tua c. Kemiskinan d. Putus sekolah e. Figur orang tua buruk f. Dll
4.	<i>School Conditions</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Minimnya fasilitas sekolah b. Metode pengajaran yang salah c. Figur guru atau pendidik yang buruk d. Teman sekolah yang buruk e. Korban intimidasi dan

		kekerasan d di sekolah f. Dll
5.	<i>Neighborhood and society Condition</i>	a. Lingkungan pergaulan yang buruk. b. Minimnya pengawasan dan perhatian tetangga. c. Gaya hidup individualisme masyarakat sekitar. d. Dll

Sumber: K. M. Banham Bridges. Factors Contributing to Juvenile Delinquency

Berdasarkan tabel 2.1 di atas, dapat kita lihat bahwa faktor *Juvenile Delinquency* terdiri dari lima faktor. Lima faktor pada tabel di atas secara umum dapat kita lihat terbagi ke dalam dua kategori, yaaitu kategori yang berhubungan dengan pengaruh kesehatan dan kategori yang berhubungan dengan pengaruh lingkungan (Bridges, 1927: 535).

Operasionalisasi konsep Juvenile Delinquency dalam penelitian ini, yaitu untuk mengklasifikasikan perbuatan yang dilakukan Juli yang telah hamil di luar nikah, yang sekaligus menjadi narasumber utama dalam konten Youtube yang berjudul “MBA Mengubah Hidupku”. Jika didasarkan pada Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) pasal 284 tentang perzinahan yang berbunyi:

Perbuatan seorang suami yang sedang selingkuh dan bersetubuh dengan seorang wanita lain di dalam ruangan yang tertutup dan dipergoki oleh yang dapat disebut sebagai perzinahan. Perbuatan tersebut dapat dipidana karena ada perbedaan antara pasangan resmi atau salah satu pihak .

Jika dilihat dari cerita Juli, Juli dan pacarnya Jojo merupakan sepasang kekasih yang belum menikah. Keduanya juga belum terikat oleh pernikahan secara legal dengan pihak lain. Dari sini kita bisa melihat, perbuatan yang dilakukan Juli dan Jojo tidak termasuk pada perbuatan perzinahan yang dapat dipidanakan, selama hubungan badan mereka dilakukan di ruang privat, tidak didokumentasikan lantas dipublish di media, serta tidak meresahkan warga sekitar. Ketika Juli hamil, dan Jojo bertanggung jawab, maka anak janin tersebut secara legal akan menjadi anak Juli dan Jojo. Meski perbuatan mereka tidak termasuk dalam tindak pidana, namun hubungan di luar nikah tetap dianggap tabu dan melanggar norma agama dan budaya, terutama budaya timur.

2.4 Studi Resepsi

Studi resepsi adalah bentuk dari penelitian komunikasi massa yang merujuk pada pola encoding dan decoding dalam wacana televisi yang didasarkan pada pendapat Stuart Hall. Penelitian resepsi pada komunikasi dianggap erat kaitannya dengan kajian budaya, karena berhubungan dengan kebiasaan khalayak dalam menangkap sebuah informasi media.

Dalam studi resepsi dikenal dua istilah, yaitu *encoding* dan *decoding*. Encoding adalah proses penyampaian pesan melalui berbagai kode dan cara, sedangkan decoding kegiatan penerimaan pesan dengan cara menafsirkan dan menerjemahkan kode informasi yang diterima pemirsa sehingga informasi tersebut memiliki arti bagi pemirsa (Morissan, 2013: 21).

Menurut Morissan (dalam Rustan dan Hakki, 2017) *encoding* adalah proses pembuatan pesan yang berasal dari komunikator atau sumber informasi. Sumber informasi ini dapat berupa individu atau kelompok tertentu yang ingin menyampaikan gagasannya atau buah pikirnya yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau objek tertentu. Proses encoding ini dapat dilakukan secara langsung dan/atau tidak langsung melalui media tertentu, seperti media penyiaran mislanya, dengan harapan informasi atau gagasan mereka dapat didengar atau dilihat oleh audience yang lebih luas.

Pelaku encoding tentunya ingin pemirsanya atau audinecenya melakukan decoding sesuai keinginan, mereka, namun tidak bisa dipungkiri beberapa kemungkinan bisa dialami oleh decoder. Umumnya kemungkinan *decoding* yang dilakukan khalayak mempunyai 3 kemungkinan posisi berbeda, yaitu (Morissan, 2013: 550-551):

1. Posisi Hegemoni Dominan: situasi ketika media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan, sehingga *decoder* menanggapi pesan tersebut sesuai juga dengan budaya dominan. Posisi ini menjadikan *decoder* menerima keseluruhan pesan yang disampaikan oleh *encoder*, artinya decoder tidak melakukan interpretasi yang salah atau penolakan terhadap informasi yang disampaikan oleh *encoder* melalui media. Pada akhirnya khalayak dianggap menerima pesan yang sesuai dengan kehendak media yang menyampaikan informasi tersebut.
2. Posisi Negosiasi: posisi ini terjadi ketika khalayak mampu menerima ideologi dominan dari media, tetapi menolak untuk menerapkan dalam kasus kasus tertentu. Penolakan ini kadang kala juga tidak dilakukan secara keseluruhan,

namun juga khalayak akan melakukan beberapa pengecualian dalam implementasi, karena mereka memilih untuk menyesuaikan dengan budaya setempat.

3. Posisi Oposisi, Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan decoding terhadap pesan media adalah melalui oposisi yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Stuart Hall menerima fakta bahwa media membingkai pesan dengan maksud tersembunyi yaitu untuk membujuk, namun demikian khalayak juga memiliki kemampuan untuk menghindari diri dari kemungkinan tertelan oleh ideologi dominan. Namun demikian sering kali pesan bujukan yang diterima khalayak bersifat sangat halus. Para ahli teori studi kultural tidak berpandangan khalayak mudah dibodohi media, namun seringkali khalayak tidak mengetahui bahwa mereka telah terpengaruh dan menjadi bagian dari ideologi dominan.

2.5 Fokus Penelitian

Guna mempermudah pelaksanaan penelitian, pun agar penelitian ini tidak melenceng dari jalur yang akan diteliti maka peneliti menetapkan fokus penelitian dalam penelitian ini. Penulis hanya akan menfokuskan penelitian terhadap

pemaknaan anggota komunitas *Women's March* Malang pada pesan pendidikan seks dalam tayangan *Youtube* berjudul “MBA Mengubah Hidupku

